

## Imprese, ecco perchè il welfare piace sempre di più: numeri e prospettive

LINK: [https://finanza.repubblica.it/News/2023/05/19/impres\\_ecco\\_perche\\_il\\_welfare\\_piace\\_sempre\\_di\\_piu\\_numeri\\_e\\_prospettive-41/](https://finanza.repubblica.it/News/2023/05/19/impres_ecco_perche_il_welfare_piace_sempre_di_piu_numeri_e_prospettive-41/)



Imprese, ecco perchè il welfare piace sempre di più: numeri e prospettive Edenred Italia presenta i dati dell'Osservatorio Welfare 2023 19 maggio 2023 - 11.58 (Teleborsa) - Il welfare aziendale piace sempre di più e rappresenta una forte leva di ingaggio oltre che un fattore in grado di far crescere la soddisfazione delle persone che svolgono un'attività lavorativa: lo confermano alcune tendenze, come l'aumento della disponibilità media di spesa e del consumo effettivo, appunto, in welfare aziendale. Crescita esponenziale anche dei fringe benefit, che occupano il primo posto tra le voci di spesa dei flexible benefit, seguiti dall'area ricreativa e dall'istruzione. Ampi margini di sviluppo per il welfare sociale che evidenziano le sue potenzialità. Questa, in sintesi, la fotografia scattata dal Rapporto sullo stato del welfare aziendale 2023 in Italia a cura dell'Osservatorio Welfare di

Edenred Italia, che quest'anno si arricchisce di un approfondimento di indagine sul sentiment dei lavoratori curato da BVA Doxa. L'indagine, che si articola su due rilevazioni, è stata condotta per ciò che riguarda le aziende sul campione Edenred Italia composto da 4mila aziende e 670mila dipendenti e sul campione demoscopico BVA Doxa per la ricerca sul sentiment delle persone che lavorano. In dettaglio: la disponibilità di spesa welfare media dei dipendenti per il 2022 si attesta a 940 euro, segnando una crescita del 10,6% rispetto ai valori del 2021 e soprattutto ad un livello superiore rispetto all'inflazione media annua del 2022 che è stata dell'8,1%. Anche l'effettivo consumo del credito welfare cresce negli ultimi 3 anni fino al dato del 70% del 2022. Le tre principali voci di spesa sono rappresentate dai fringe benefit con il 38,6%, che triplica il proprio valore rispetto ai

livelli del 2017, seguita dall'area ricreativa con il 22,3% e dall'istruzione con il 17,9%. La spesa in fringe benefit è prevalente nelle fasce di età più giovani in cui raggiunge il 60% tra gli under 30 e scende al 32% tra gli over 60 in cui assume un certo rilievo la spesa in previdenza complementare. Un dato particolarmente interessante oltre che indicativo: il 76% delle persone che lavorano in aziende che prevedono piani di welfare si dichiara appagato della propria condizione. La percentuale di soddisfazione scende al 57% tra coloro che lavorano in aziende senza piani di welfare strutturati. Al welfare aziendale, inoltre, è attribuita una significativa rilevanza quale strumento di promozione delle pari opportunità. Per il 71% del campione favorisce la natalità garantendo maggiore supporto per le donne che decidono di avere un figlio. Per il 68% diffonde una cultura

aziendale più favorevole e attenta alla parità di genere ed è uno strumento di sostegno alla crescita professionale delle donne. Stessa situazione anche rispetto alla sensibilità sulle tematiche della sostenibilità ambientale. Nelle realtà in cui è offerto un piano di welfare, i dipendenti sottolineano un maggior impegno dell'azienda in termini di riduzione dell'impatto ambientale e della diffusione di una cultura della sostenibilità: è così per il 75% dei dipendenti, dato che diminuisce al 47%, per coloro che non hanno un piano welfare. 'In questo scenario, il welfare aziendale evidenzia il suo valore sociale e il suo ruolo centrale nel promuovere il benessere a supporto delle persone e delle famiglie, confermandosi come strumento in grado di promuovere l'empowerment femminile e valorizzare le nuove generazioni. Favorendo anche comportamenti inclusivi e rispettosi sia di una reale parità di diritti rispetto alla condizione di genere, etnia e culturale e sia della tutela ambientale. Questi aspetti ci guidano nella comprensione del quadro generale dell'indagine e ci spingono ad immaginare una nuova evoluzione del welfare', spiega Paola Blundo, Direttore Corporate

Welfare di Edenred Italia.